

# PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN JASA TRANSPORTASI TRAVEL MUKOMUKO–PADANG MENGGUNAKAN METODE SERVICE QUALITY

Anisa Nurkalbi<sup>1)</sup>, Dessi Mufti<sup>2)</sup>

Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri Universitas Bung Hatta

Email: [annisa.nur.kalbi@gmail.com](mailto:annisa.nur.kalbi@gmail.com)

## ABSTRAK

CV. Alfar bergerak dalam bidang jasa transportasi. Pada masa pandemi ini konsumen memiliki ketakutan dalam melakukan perjalanan. Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk itu dilakukan pendekatan *Servqual* untuk mempresentasikan informasi mengenai kepuasan pelanggan, tingkat persepsi, harapan dan kualitas pelayanan. Hasil variabel tersebut dikelompokkan menjadi 5 dimensi yang terdiri dari *tangible* terdapat 5 variabel, *reliability* terdapat 4 Variabel, *responsiveness* terdapat 5 variabel, *assurance* terdapat 3 variabel dan *empathy* terdapat 5 variabel. Variabel kualitas pelayanan yang menjadi harapan belum memuaskan, ini diketahui dari lima dimensi yang diukur rata-rata memiliki nilai *gap* negatif dimana rata-rata *gap score* tertinggi adalah *Tangibles* sebesar -0,47. Sedangkan rata-rata *gap* terendah adalah *assurance* sebesar -0,13. Variabel pelayanan yang perlu ditingkatkan dilihat dari diagram Kartesius, variabel yang menjadi prioritas utama dalam perbaikan yaitu keseluruhan atribut yang masuk dalam kuadran I untuk meningkatkan kualitas pelayanan yaitu tersedia kantong plastik untuk antisipasi pelanggan yang mabuk (V2), penyediaan hand sanitizer, air minum dan bantal (V3), kondisi AC mobil normal dan tempat penyimpanan barang (V4) dan sopir travel mengemudi mobil dengan baik (V6).

**Kata Kunci:** Dimensi Kualitas Pelayanan.

## PENDAHULUAN

CV. Alfar Travel adalah suatu perusahaan yang bergerak di bidang transportasi jasa yang berdiri sejak 2016 yang berada di mukomuko dan memiliki rute perjalanan mukomuko-padang. Perusahaan ini memiliki 8 unit armada dengan mobil yang digunakan yaitu mobil panther dan innova. Untuk mempertahankan pelanggan pihak travel memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Dan pada masa pandemi ini konsumen memiliki ketakutan dalam melakukan perjalanan. Untuk itu perusahaan memberikan pelayanan dalam pemesanan tiket melalui telepon dan mengikuti protokol kesehatan yang diterapkan pada penumpang. Dimana pada masa ini ongkos travel mengalami kenaikan dan pengurangan penumpang, untuk hari biasa penumpang 1 mobil sebanyak 6 orang. Apabila pelanggan puas terhadap kualitas pelayanan CV. Alfar Travel ini, sehingga pelanggan tetap loyalitas pada perusahaan berhubungan baik dan mempromosikan travel tersebut kepada orang lain yang dapat menguntungkan bagi perusahaan. Pada saat ini masyarakat tengah menghadapi kasus pandemi covid-19 yang menjadikan kekhawatiran dalam menggunakan jasa transportasi, tidak hanya memikirkan keselamatan, aman dan nyaman tetapi mengenai aspek kesehatan menjadi perhatian khusus dalam bertransportasi. Dalam pendekatan yang dilakukan Pemprov terkait Covid-19, khususnya dengan melaksanakan

contoh mengemudi dan tugas transportasi bergantung pada PM No 41 Tahun 2020 tentang perubahan pedoman PM No 18 Tahun 2020 tentang pengendalian transportasi dengan Dalam rangka pencegahan penyebaran COVID-19 (Corona Virus Disease 2019), mengingat angkutan umum untuk jenis kendaraan pemudik dan angkutan dengan membatasi jumlah pemudik dari batas tempat duduk dan menjaga jarak antar pemudik [1].

Untuk situasi ini mengevaluasi loyalitas konsumen dapat menggunakan teknik *Servqual* (*service quality*)[2]. Ada 5 unsur kualitas administrasi yang terdiri dari kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bentuk fisik [3]. Jadi perusahaan dapat menemukan mana dari lima pengukuran dimensi yang paling berpengaruh pada loyalitas konsumen pada travel.

## METODE

Penelitian ini diawali dengan melakukan studi pustaka terlebih dahulu, dimana untuk menemukan teori – teori yang sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini melakukan penyebaran kuesioner terbuka kepada pelanggan tetap CV. Alfar Travel untuk mengetahui variabel apa yang akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Setelah itu dilakukan pengelompokan jawaban responden kedalam 5 dimensi kualitas pelayanan dan dilakukan penyebaran kuesioner tertutup. Setelah melakukan pengumpulan data, lalu dilakukan pengolahan data dengan uji validitas,

reliabilitas, perhitungan nilai gap *servqual* dan pembuatan diagram kartesius dari variabel yang ada. Untuk melakukan perhitungan uji validitas, reliabilitas dan diagram kartesius dengan menggunakan *software SPSS 18*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengidentifikasi faktor – faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan CV. Alfar Travel digunakan Penyebaran kuesioner dilakukan dengan 2 macam yaitu pertama, kuesioner terbuka. Setelah mengidentifikasi faktor – faktor dimensi pelayanan kualitas jasa dilakukan langkah yang kedua yaitu kuesioner tertutup yang digunakan untuk mengumpulkan persepsi mengenai pelayanan yang di harapkan oleh pelanggan berdasarkan faktor – faktor yang telah didapatkan dari kuesioner terbuka. Dari hasil pengujian validitas pada tabel diatas, kuesioner yang berisi 22 variabel ini, yang telah diisi oleh ada 62 responden dengan menggunakan *google form*. Untuk bisa mengetahui kuesioner mana yang valid dan tidak valid, kita harus mencari tahu  $r$  tabelnya terlebih dahulu. Rumus dari  $r$  tabel adalah  $df = N - 2$  jadi  $62 - 2 = 60$ , sehingga  $r$  tabel = 0,2500. Dari hasil perhitungan validitas diatas, dapat dilihat bahwa  $r$  hitung >  $r$  tabel, ada 62 kuesioner dengan 22 variabel dinyatakan valid. Setelah itu dilakukan uji reliabilitas dan pada penelitian ini dapat dikatakan reliabel karena nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,70.

Dari pengolahan gap *servqual* didapatkan bahwa nilai gap terbesar terdapat pada dimensi tangibles (bukti fisik) yaitu -0,45. Pengukuran dengan gap terbesar kedua adalah pengukuran dimensi keandalan (*reliability*) dengan gap senilai - 0,34. Pengukuran dimensi empati berada di posisi ketiga dengan gap -0,19. Pada pengukuran daya tanggap diposisikan 4 dengan nilai gap sebesar - 0,17. Yang terakhir adalah pengukuran dimensi jaminan dengan nilai gap -0,12. Pada diagram Kartesius, variabel yang menjadi prioritas utama dalam perbaikan adalah total variabel yang termasuk dalam kuadran I, yaitu Sopir travel mengemudi mobil dengan baik ( V6) dengan nilai gap terkecil sebesar -0,47, Kondisi AC mobil normal dan tempat penyimpanan barang (V4) dengan nilai gap sebesar -0,52, Tersedia kantong plastik untukantisipasi pelanggan yang mabuk (V2) dengan nilai gap sebesar -0,58 dan Penyediaan hand sanitizer, air minum dan bantal didalam mobil (V3) dengan nilai gap terbesar yaitu -0,58.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan:

Semua variabel kualitas pelayanan yang menjadi harapan pelanggan pada CV. Alfar Travel belum memuaskan, hal ini terlihat dari kelima dimensi yang diukur rata-rata memiliki nilai negatif (gap) dimana skor gap rata-rata tertinggi adalah *tangibles* sebesar -0,45. Sedangkan gap skor rata-rata terendah adalah *assurance* sebesar -0,12. Berdasarkan data yang diperoleh, variabel pelayanan yang perlu ditingkatkan dilihat dari output melalui diagram Kartesius, variabel yang menjadi prioritas utama dalam perbaikan adalah total atribut yang masuk dalam kuadran I untuk meningkatkan kualitas pelayanan yaitu: Tersedia kantong plastik untukantisipasi pelanggan yang mabuk (V2), Penyediaan hand sanitizer, air minum dan bantal didalam mobil (V3), Kondisi AC mobil normal dan tempat penyimpanan barang (V4) dan Sopir travel mengemudi mobil dengan baik ( V6).

Saran:

Diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan pertimbangan untuk peningkatan pelayanan dan manajemen CV. Alfar Travel meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan secara merata dan menjadi acuan dan masukan untuk penelitian selanjutnya guna meningkatkan kualitas pelayanan jasa transportasi travel.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Haq, Ainul dan Joerike Joeliana Aditio. (2018). Identifikasi Kebutuhan Konsumen Produk Mobil Etios Valco Di PT. TMMIN. Jurnal Al-Azhar Indonesian Seri Sains dan Teknologi. Vol.4, No.4, Hal : 160.
- [2] Harto, Budi. (2015). Analisa Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan *Fuzzy Serqual* Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Di Bengkel Resmi BAJAJ Padang). Jurnal TEKNOIF. Vol.3, No.1, Hal : 21-22.
- [3] Tjiptono, F dan Chandra, G. 2016. *Service, Quality dan Statisfaction*. Edisi keempat. Penerbit Andi. Yogyakarta.